

NOTA ECONOMICA

La crescita del mercato interno (+2,2%) e delle esportazioni (+14,3%) portano il fatturato globale del settore cosmetico oltre i 10 miliardi

Bologna, 18-21 marzo 2016 – È con un segnale positivo che si aprono le rilevazioni del Centro Studi di Cosmetica Italia sul fronte del **mercato interno**: il 2015 segna infatti una **crescita del 2,2%**.

In aumento il **fatturato globale** del settore che **oltrepassa i 10 miliardi di euro** (+6,5%) sostenuto anche dalle **esportazioni** che confermano l'andamento fortemente in crescita degli ultimi esercizi (**+14,3%** per un valore di oltre 3.800 milioni di euro).

«La crescita delle esportazioni incide positivamente sulla **bilancia commerciale** che registra un dato record: **2.000 milioni di euro** – commenta **Fabio Rossello, presidente di Cosmetica Italia** – In un clima che prevediamo di stabile ripresa per i prossimi esercizi, risulta strategica l'analisi dell'ecosistema digitale per intercettare nuovi trend, avvicinare i consumatori e analizzare le reali necessità delle aziende».

Proprio la rilevazione delle **vendite di cosmetici online** tocca i 170 milioni di euro nel 2015, analogamente agli andamenti positivi registrati dalle **vendite dirette** (oltre 720 milioni di euro, +11%) che testimoniano un'evoluzione nelle modalità di acquisto dei consumatori.

Anche la **farmacia** mostra un andamento positivo con un valore superiore ai 1.800 milioni di euro (+1,5% rispetto al 2014); l'attenzione dei consumatori verso i prodotti a connotazione naturale è invece evidenziata dal +4,9% del canale **erboristeria** che nel 2015 supera i 430 milioni di euro.

Dopo alcuni esercizi in sofferenza, torna a crescere la **profumeria**, secondo canale in termini di ripartizione del fatturato: il 2015 registra una ripresa di circa un punto percentuale per un valore di 2.078 milioni di euro.

La **grande distribuzione**, che copre il 40% dei cosmetici venduti in Italia, vede un andamento a due velocità caratterizzato da una diminuzione dei volumi di vendita nelle grandi superfici e da una crescita negli spazi specializzati "casa-toilette". Nel 2015 il suo valore è di quasi 3.900 milioni di euro in crescita del 2,5%.

Infine, prosegue la contrazione dei canali professionali, seppur con alcuni segnali di rallentamento. Gli **istituti di bellezza** registrano infatti -3,3%, mentre i **saloni di acconciatura** calano del 2,2%: nelle dinamiche di questi canali emerge la differenza tra le realtà che non riescono a cavalcare la ripresa e quelle che invece intercettano le mutate modalità di interazione col consumatore.

Ufficio Stampa

Benedetta Boni, tel.: (+39) 02.281773.48 – 333.8785084 – benedetta.boni@cosmeticaitalia.it
Francesca Casirati, tel.: (+39) 02.281773.47 - 340.1711105 – francesca.casirati@cosmeticaitalia.it

Fast Facts

Alcuni dati possono aiutare a meglio inquadrare il valore del comparto: il nostro Paese è il quarto sistema economico della cosmetica dopo Germania, Francia e Regno Unito con **35mila occupati**, che salgono a 200mila con l'indotto.

Le **donne** impiegate nel settore rappresentano il 54% (circa 19.000), mentre la media dell'industria manifatturiera è ferma al 28%. **I laureati** totali sono pari all'11% degli occupati, contro una media nazionale del 6% e le donne laureate sono circa 1.700, il 45% dei laureati nel settore. Oltre agli specializzati in chimica farmaceutica e cosmetologia, sono numerosi gli addetti specializzati in economia e marketing di canale.

Per **l'innovazione e la tecnologia, la ricerca e lo sviluppo** le imprese della cosmesi in Italia investono circa il 7% del fatturato, contro una media nazionale stimata attorno al 3%.

Non si dimentichi, inoltre, che la cosmetica copre il 44% degli **investimenti in comunicazione** dei beni "non food" e che oltre il 60% del make-up distribuito nel mondo è fabbricato in Italia a testimonianza del ricco e dinamico tessuto produttivo che vede la più importante concentrazione di imprese cosmetiche nel **nord Italia (82%)**.

In particolare, la **Lombardia** si conferma la regione con la più alta densità di imprese cosmetiche con oltre il 51% (il 54% delle aziende cosmetiche lombarde si trova nella provincia di Milano), seguita da Emilia Romagna, Veneto e Piemonte.

Il **rapporto export/produzione** è pari al 38% a fine 2015; settori contigui, come la calzatura, segnano un rapporto intorno all'80%: esistono quindi ancora ampi margini per i processi di internazionalizzazione del comparto. Dal 2000 la crescita delle esportazioni è superiore alla crescita della domanda di cosmetici, a testimonianza dell'aumento della competitività italiana nel settore.